УДК 316.772(470.324)

ПОЛИТИЧЕСКИЙ АНЕКДОТ В СТУДЕНЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Е. Ю. Красова, Я. А. Грошева

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 1 сентября 2015 г.

Аннотация: *представлен анализ результатов социологического исследования общественного мнения студентов г. Воронежа о роли политических анекдотов в их жизни. Охарактеризованы особенности восприятия студентами политического юмора.*
Ключевые слова: *юмор, политический анекдот, манипуляция общественным мнением, политический PR.*

Abstract: *an analysis of the results of a sociological investigation of the public opinion on the role of political anecdotes in the life of Voronezh students has been presented. The peculiarities of students' perception of political humor have been characterized.*
Key-words: *humor, political anecdote, manipulation of public opinion, political Public Relations.*

В современной жизни особое место занимает короткий комический рассказ – политический анекдот, который в доступной форме представляет анализ сложных ситуаций, критически вскрывает свойства публичных политиков, обеспечивая диагностику такой далекой от повседневности обывателя политической реальности. Этот фольклорный жанр широко представлен в сети интернет, в периодических изданиях, где есть специальные рубрики, в сборниках анекдотов. Изменилась сфера бытования анекдота: распространилась вторичная его форма – письменная, что привело к постепенному снижению его роли в реальной коммуникации. Известно, что устный синтаксис плохо воспринимается при чтении, а письменная фиксация «убивает творчество рассказчика» [1, 78].

Анекдоты в политической психологии рассматриваются в качестве элемента стихийного массового поведения, так как являются циркулирующей формой неформальной коммуникации. В то же время они выступают и значимой сферой политического PR. Другими словами, они могут не направляться, не управляться и не контролироваться, но могут служить специальным инструментом манипулятивного воздействия. «Смех в политике, действительно, бывает «убийственным», – пишут Д. В. Ольшанский и В. Ф. Пеньков, – «...идущие в политику люди даже меняли фамилии, имена, а иногда и отчества на более благозвучные или не вызывающие нежелательных ассоциаций» [2, 253]. Авторы приводят пример известной с хрущевских времен истории про человека, требовавшего от паспортистки сменить ему хоть что-нибудь в новом паспорте. В нем было записано: «Никита Виссарионович Троцкий».

В политических анекдотах отражается многообразие оценочных характеристик, определяющих отношение народа к власти и демонстрирующих общественные настроения. Всероссийский центр изучения общественного мнения в марте 2015 г. представил данные опроса [3], согласно которым подавляющее большинство россиян считают, что не обделены чувством юмора, около 40 % интересуются анекдотами и редко, но просматривают соответствующие сборники, интернет-сайты и блоги. Однако четверть опрошенных убеждена, что объектом шуток не должны становиться политика, российское правительство и президент, хотя известный исследователь политического юмора А. В. Дмитриев справедливо характеризует власть анекдота как самую неагрессивную из имеющихся ветвей власти [4].

Феномен современного политического анекдота всесторонне изучен лингвистами, психологами, историками и культурологами. Обобщая идеи научных изысканий М. Алексеевского, А. Архиповой, М. Бороденко и М. Мельниченко [5], выделим ряд положений, важных для нашего исследования:

– политический анекдот – это своеобразный фольклорный жанр интеллигенции;

– в нем заключены стереотипные, а не индивидуальные образы;

– несмотря на смеховую природу, главное в нем – сублимация накопившейся агрессии по отношению к власти;

– количество политических анекдотов в обществе зависит от возможности граждан контролировать власть и степени ее одиозности;

– в результате влияния смеха на установки личности изменяется уровень ригидности декларируемых ценностей и конформности поведения личности.

Для политического анекдота характерны самовоспроизводимость, вариативность и контекстуальность [6, 7]. Он быстро передается от человека к человеку (актуальный анекдот распространяется по стране, как свидетельствуют эксперименты, со скоростью самолета [7, 115–116]). В его сюжете происходит расширение или сокращение сюжетной линии, подмена ведущих персонажей. В конкретный момент проявляется особый интерес к политическому анекдоту определенной тематики со стороны либо общества в целом, либо разных его слоев.

Ученые подвергли тщательному анализу ситуацию социально-психологического взаимодействия «рассказчик-слушатель» [1; 8, 176]. Юмористическое сообщение помимо новых сведений содержит ассоциации и «гиперссылки» на информацию. Внутри сознания получателя идет процесс возрастания информации. В коммуникативной ситуации возникает цепной эффект – серийность обмена анекдотами. Рассказчик анекдотов, посмеявшись вместе со слушателем, повторно испытывает положительные эмоции, получает удовольствие от осознания собственной значимости и способности рассмешить людей. Демократичность общения обеспечивается благодаря управлению эмоциональным состоянием слушателей.

Несмотря на значительную разработанность теории вопроса, с социологической точки зрения политический анекдот изучен недостаточно. В особенности это касается эмпирических разработок. Для того чтобы выявить роль политических анекдотов в студенческой среде г. Воронежа, нами было предпринято социологическое исследование (весна 2015 г.). Для массового опроса была рассчитана квотно-пропорциональная выборочная совокупность с учетом статистических данных, включающая 240 респондентов. В опросе участвовали студенты Воронежского государственного университета (ВГУ), Воронежского государственного архитектурно-строительного университета (ВГАСУ) и Воронежской государственной медицинской академии (ВГМА), естественных, гуманитарных и технических специальностей, старших и младших курсов.

Каково отношение студентов к политическим анекдоту и особенности его восприятия, какова частота воспроизведения, каналы циркуляции, тематическая и функциональная направленность политико-ориентированных анекдотов? Все эти вопросы были проанализированы на основе полученных данных.

В межличностном студенческом общении, по телевидению, в газетах и интернете рассказываются комические миниатюры о политике. Большинство опрошенных студентов относятся к этому явлению неформальной коммуникации в позитивном ключе. В то же время пятая часть обозначила отрицательный подход к политическому анекдоту.

Как часто они слышат или сами используют политический юмор? См., рис 1.

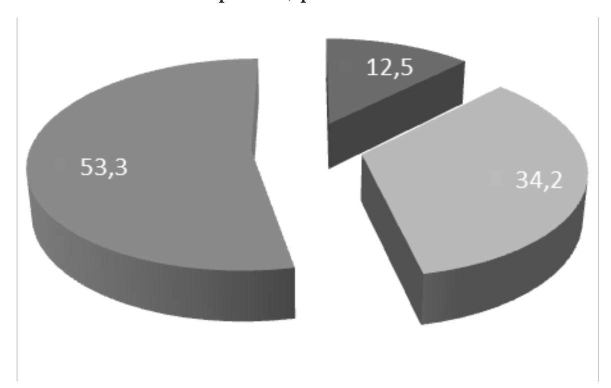


Рис. 1. Частота циркуляции анекдотов в студенческой среде, %

Как видно, около половины опрошенных студентов слышат, читают или сами рассказывают политические анекдоты. Основные каналы их распространения отражены в табл. 1.

Таблица 1

Каналы распространения политических анекдотов в студенческой коммуникации, %

Канал	%
Интернет и социальные сети	50,0
Средства массовой информации (газеты, журналы, радио, телевидение)	29,0
Межличностная коммуникация в ближайшем окружении (друзья и родные)	18,6
Другое	2,4

Совершенно очевиден факт преимущественного бытования анекдота среди студенческой молодежи в его письменной форме. В ходе непосредственной коммуникации в компании обменивается анекдотами менее чем пятая часть опрошенных. Именно они и добавили свои суждения:

– «рассказываю сам» (мужчина, ВГУ, факультета прикладной математики, информатики и механики, 4 курс);

– «сам придумываю» – (мужчина, ВГАСУ, строительно-технологический факультет, 2 курс);

– «не слышу вообще» (женщина, ВГАСУ, архитектурный факультет, 4 курс; женщина ВГМА, лечебного факультета, 2 курс; мужчина, ВГМА, медико-профилактический факультет, 3 курс).

Наиболее распространенным способом классификации политических анекдотов является сюжетно-тематический. По смысловому содержанию они

бывают разных типов [9, 133] и исследование продемонстрировало, с какими из них в основном сталкиваются студенты.

Персонифицированные анекдоты, критикующие какие-либо недостатки и свойства известного политического деятеля (40,4 %).

Ситуационные, посвященные острым политическим событиям, потрясениям и кризисам (36,2 %).

Институциональные, высмеивающие определенную политическую партию, государственную структуру, особенности политического устройства общества (14,6 %).

Идеологизированные, содержащие насмешку над политическими идеями и лозунгами (5,3 %).

Как выяснилось, наибольшее распространение получили анекдоты о публичных политиках и происходящих общественно-политических событиях. Респонденты добавляли: «о Крыме», «о США», «о мэрах», «про хохлов» и т. п.

Хотя почти половина участников опроса убеждены, что анекдоты не оказывают влияния на отношение людей к политике и ее акторам, 36,3 % все же считают, что такое влияние имеет место (14,2 % затруднились ответить на вопрос о влиянии). Студент 5 курса лечебного факультета ВГМА считает, что политические анекдоты «абсолютно бесполезные, они ничего не меняют». Встретилась и такая интерпретация: «все по-разному к этому относятся» (мужчина, ВГМУ, лечебный факультет, 3 курс).

Для оценки функциональной направленности анекдотов участники исследования завершали предложение «Политические анекдоты нужны, чтобы…». См., табл. 2.

Таблица 2

Функции политических анекдотов в оценках воронежских студентов, %

Функции	%
Высмеивать политическую реальность	28,7
Развлекать и вызывать положительные эмоции	20,5
Помочь через юмор осознать сложные проблемы	19,2
Привлечь внимание к тем или иным людям и событиям в мире политики	15,8
Манипулировать общественным мнением	11,7
Другое	4,1

Выяснилось, что большинство (63,7 %) выделило познавательно-воспитательные цели политического анекдота (высмеивание, осознание, привлечение внимания). Лишь пятая часть рассматривает анекдотическую коммуникацию в психотерапевтическом ключе (формирование положительных эмоций). Наконец, чуть более десятой части респондентов видят в циркуляции политических анекдотов манипулятивный заряд. Студентке-математику 4 курса ВГУ не понравились серьезные формулировки анкеты, и она написала: «Политические анекдоты нужны, чтобы просто рассмешить».

Для углубленного анализа студентам было предложено выразить свое отношение к развернутым суждениям. См. табл. 3.

Таблица 3

Отношение студентов к феномену политического анекдота, %

Суждение	Согласны в той или иной мере (%)	Затруднились ответить (%)	Не согласны в той или иной мере (%)
Политический анекдот привлекает внимание граждан к политическим деятелям и событиям	64,2	18,3	17,5
Политический анекдот не имеет особой смысловой нагрузки, это просто юмор	52,3	20,8	26,9
Анекдот на политическую тематику вызывает интерес и симпатию к политике	24,7	30,2	45,1
Политический анекдот вырабатывает негативные представления о политике	31,9	32,8	35,3

Информация о политиках и политических событиях, предлагаемая СМИ, хорошо дополняется смешными короткими рассказами	46,0	33,6	20,4
В современной России увеличилось количество политических анекдотов, так как СМИ не дают полную и правдивую информацию	47,7	29,3	23,0

Хотя выбор для многих оказался труден, большинство признает, что анекдот привлекает внимание к политической жизни, а еще 46 % считает его хорошим подспорьем в познании политики. В то же время более половины воспринимают его как простое проявление юмора, обходя стороной смысловую нагрузку. У четверти опрошенных анекдот вызывает чувства симпатии к политики, а у трети, наоборот, вырабатывает негативные представления. Около половины студентов считают, что анекдоты так или иначе дополняют информацию, предоставляемую СМИ и обращают внимание на увеличение числа анекдотов подобного рода в современной России. Впрочем, последняя оценка не подтвердилась ответами на контрольный вопрос: мы попросили испытуемых вспомнить и записать понравившийся политический анекдот или кратко обозначить его суть. С этим заданием справились чуть более трети студентов. Примечательно, что полный текст анекдота предоставили лишь 7 %, остальные ограничились кратким упоминанием политического деятеля или ситуации, заложившей концепт анекдота, или даже агрессивным эмоциональным высказыванием. Например:

– «анекдоты про глупость Псаки» (женщина, ВГМА, лечебный факультет, 4 курс);

– «Путин – сила, Обама – чмо» (женщина, ВГАСУ, архитектурный факультет, 4 курс);

– «обожаю выходки Жирика, часто о них рассказываю, он красавчик» (мужчина, ВГУ, факультета прикладной математики, информатики и механики, 4 курс);

– «обожаю шутки про хохлов» (мужчина, ВГМА, лечебный факультет, 2 курс).

Значительная часть анекдотов, упомянутых воронежскими студентами, посвящена конкретным политическим деятелям современности. Любимыми персонажами стали В. Путин, В. Кличко, В. Жириновский и Б. Обама. Назывались также Дж. Псаки, Б. Ельцин, А. Лукашенко, П. Порошенко, А. Яценюк, Ф. Кастро, Че Гевара, Штирлиц и др. В подавляющем большинстве упоминаний личности В. Путина он предстает мудрым и дальновидным политиком, которого опасаются оппоненты по всему миру. Однако встречается и резкая критика в его сторону, которая, как правило, заключается в неаргументированном использовании ненормативной лексики. Примечательно, что два респондента из ВГАСУ и ВГУ старших курсов вспомнили идентичный короткий анекдот, основанный на игре слов: «Следующего президента у нас не будет, потому что будет предыдущий».

В анекдотах был сделан критический акцент на деятельности властей. Приведем образцы студенческого юмора:

«Бедные чиновники уже не могут все это вынести, а им все несут и несут» (мужчина, ВГАСУ, строительно-технологический факультет, 2 курс).

«– Почему когда в город собирается приехать президент, сразу начинают ремонтировать дороги?

– Ну не дураков же лечить!» (мужчина, ВГМА, лечебный факультет, 2 курс).

Почти четверть опрошенных вспомнили анекдоты об Украине и ее лидерах. Зачастую, они содержат ненормативную лексику, а также пренебрежительное название этноса (хохлы), что демонстрирует негативное отношение студентов и к текущим событиям в данном государстве, и к самим украинцам. В этой связи интересным представляется рассмотрение анекдотов, связанных с жизнью и деятельностью украинского политического деятеля В. Кличко. Он активно высмеивается в анекдотах как недальновидный персонаж с низким интеллектом. Например, (орфография и пунктуация автора сохранены):

«Летят в самолете школьник, священник и Кличко. Самолет начинает падать, а на борту всего два парашюта. Кличко говорит: «Я самый умный в Украине, мне умирать нельзя!», берет парашют и прыгает. Священник говорит: «Я уже стар, бери, внучок, парашют, да спасайся». А школьник отвечает: «Берите и вы парашют. Самый умный человек в Украине с моим рюкзаком спрыгнул!» (женщина, ВГУ, юридический факультет, 3 курс).

Исследование продемонстрировало, что большинство воронежских студентов относятся к политическому анекдоту положительно, хотя его циркуляция в студенческой среде не столь уж и значительна. Основными каналами распространения анекдотов стали интернет и социальные сети, что сузило смеховую природу явления. Политические анекдоты не рассматриваются студентами как действенное оружие в рамках электоральной борьбы, им не приписывается сильное манипулятивное воздействие на общество. В оценках студентов политические анекдоты, в основном, выполняют досугово-развле-

кательные функции, а политический контекст не имеет такого уж большого смысла. Похоже, что политика и власть находятся вне сферы актуального интереса студенчества. Мало того, они вызывают агрессивный настрой, который, судя по всему, накапливается и не сублимируется через политический юмор в силу его слабой коммуникативной роли. Однако, несмотря на то, что молодежь в большей мере привлекает развлекательный компонент анекдотов, происходит неосознанный процесс влияния данного вида неформальной коммуникации на формирование их мнения о власти и политической жизни общества. Неспроста большинство выделило в качестве важных такие функции политического анекдота, как информационно-диагностическую и протестную. Значительная часть студентов не задумываются о воздействии анекдотов на собственное восприятие политической сферы, а рассматривает их в достаточно примитивном ключе, характерном для обыденного мышления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Копылкова Е. А. Анекдот как средство переживания национальной идентичности (на материале анализа еврейских анекдотов / Е. А. Копылкова : автореф. дисс... канд. психол. наук. – Москва, 2006. – URL: http://5fan.ru/wievjob.php?id=1940 (дата обращения: 3.07.2015).

2. Ольшанский Д. В. Политический консалтинг / Д. В. Ольшанский, В. Ф. Пеньков. – Санкт-Петербург : Питер, 2005. – 448 с.

3. ВЦИОМ : Пресс-выпуск №2805 Шутить изволите? – URL : http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115211 (дата обращения: 2.04.2015).

4. Дмитриев А. В. Социология политического юмора / А. В. Дмитриев. – Москва : Росспэн, 1998. – 330 с.

5. См., подробнее : Архипова А. С. Традиции и новации в анекдотах о Путине / А. С. Архипова. – URL : http://www.ruthenia.ru/folklore/arhipova7.htm (дата обращения : 30.07.2015); Бороденко М. В. Комическое в системе установочной регуляции поведения : автореф. дис. ... канд. психол. наук / М. В. Бороденко. – Москва, 1995. – 24 с.; Мельниченко М. Советский анекдот (Указатель сюжетов) / М. Мельниченко. – Москва : Новое литературное обозрение, 2014. – 1104 с.; Политические анекдоты как проявление общественного мнения. – URL : http://www.rsuh.ru/press_centr/press/85442/ (дата обращения : 4.08.2015).

6. Абильдинова Ж. Б. Жанровая специфика анекдота / Ж. Б. Абильдинова // Вестник Челябинского гос. ун-та. – 2010. – № 21. – С. 5–9.

7. Ольшанский Д. В. Политический PR / Д. В. Ольшанский. – Санкт-Петербург : Питер, 2003. – 544 с.

8. Давтян А. А. Роль эмоций в процессе рекламного воздействия на потребителей / А. А. Давтян // Вестн. Воронеж. ун-та. Сер. Филология. Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 170–181.

9. Типология составлена на основе интерпретации, см. : Шмелева Е. Я. Русский анекдот : Текст и речевой жанр / Е. Я. Шмелева А. Д. Шмелев. – Москва : Языки славянской культуры. – 2002. – 341 с.

Воронежский государственный университет
Красова Е. Ю., кандидат исторических наук, доцент кафедры рекламы и дизайна
E-mail: kelan20042004@mail.ru

Грошева Я. А., независимый исследователь
E-mail: rockny@mail.ru

Voronezh State University
Krasova E. U., Candidate of History, Associate Professor of the Advertising and Design Department
E-mail: kelan20042004@mail.ru

Grosheva Ya. A., Independent Researcher
E-mail: rockny@mail.ru